

## 公開後 30 日アクションプラン表

Web サイト公開後の最初の 30 日間は、サイトを健全に成長させるための重要な期間です。このアクションプラン表は、中小企業・小規模事業者・個人事業主の Web 担当者様が、公開直後に「何を」「いつ」「どのように」確認し、改善していくべきかを整理するためのものです。この表を活用し、無理なく着実にサイト運用を進めていきましょう。

期間	重点項目	具体的なアクション	確認頻度	備考
Week 1 (1 日目～7 日目)	基本動作の確認と初期不具合の発見	<ul style="list-style-type: none"><li>- サイトの表示速度確認 (PC/モバイル)</li><li>- 主要ブラウザ・デバイスでの表示崩れ確認</li><li>- SSL 化 (HTTPS) の確認</li><li>- Google Search Console での登録状況確認</li><li>- 問い合わせフォームのテスト送信と通知確認</li><li>- 電話番号・メールアドレスのリンク動作確認</li><li>- 購入・予約システムのテスト注文/予約</li><li>- 主要ページの誤字脱字・情報鮮度チェック</li><li>- 内部リンクの動作確認</li><li>- ナビゲーションの分かりやすさ確認</li><li>- CTA (Call To Action) の視認性確認</li></ul>	毎日～週に数回	致命的な問題は最優先で修正。アクセス解析ツールの導入と基本設定を確認。

期間	重点項目	具体的なアクション	確認頻度	備考
Week 2 (8日目～14日目)	基本データの収集と傾向把握、小さな改善の実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>- アクセス解析ツールの基本データ確認（セッション数、ユーザー数、PV数、平均セッション時間、直帰率、流入経路、コンバージョン数）</li> <li>- 主要データの記録開始（Excel/スプレッドシート）</li> <li>- データから課題の仮説立て</li> <li>- 誤字脱字修正、文言調整など、手軽な改善の実施</li> </ul>	週に2～3回	データは比較できる形で記録。感覚ではなくデータに基づいた判断を意識。
Week 3 (15日目～21日目)	ユーザー行動の深掘りと改善策の検討・実行	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 流入経路別のユーザー行動分析</li> <li>- 直帰率の高いページ、滞在時間の短いページのコンテンツ見直し</li> <li>- CTAの配置や文言の簡易的なA/Bテスト</li> <li>- サイト内検索キーワードの確認</li> <li>- 見つかった課題に対する具体的な改善策の検討と実行（小さな修正から）</li> </ul>	週に1～2回	一度に全てを変えず、優先順位をつけて取り組む。
Week 4 (22日目～30日目)	運用ルールの確立と次月への引き継ぎ準備	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 初月のデータと改善結果の振り返り、月次レポートの作成</li> <li>- 課題リストの更新と優先順位付け</li> <li>- 継続しやすい運用ルールの検討（チェックリスト、マニュアル化）</li> <li>- 公開後の役割分担と確認頻度の再確認</li> <li>- PDCAサイクルを意識した年間計画の検討開始</li> </ul>	週に1回、月末に集中的に実施	単発対応から定期運用への移行を意識。初月の経験を次月以降に活かす。